

I. INHALTSVERZEICHNIS

I. INHALTSVERZEICHNIS	VII
II. ABBILDUNGSVERZEICHNIS	XI
III. TABELLENVERZEICHNIS	XVII
IV. ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	XIX
A. PRODUKTQUALITÄT ALS UNTERNEHMENSPOLITISCHE HERAUSFORDERUNG	1
1. Problemaufriß	1
2. Aufbau der Abhandlung	3
B. DIE WIRKUNGEN EINER QUALITÄTSORIENTIERTEN PRODUKTPOLITIK AUF DIE ERREICHUNG VON MARKETING- UND UNTERNEHMENSZIELEN	5
1. Ansätze zur Explikation des Qualitätsbegriffes	5
2. Historische Entwicklung der Bausteine eines umfassenden Qualitätsmanagements	9
3. Der Beitrag qualitätsorientierter Produktpolitik zur Erreichung ökonomischer Marketing-Ziele	18
3.1. Befunde ausgewählter empirischer Studien zu den Wirkungen einer qualitätsorientierten Produktpolitik auf den Unternehmenserfolg	18
3.2. Befunde zur Wirkung einer qualitätsorientierten Produktpolitik auf den Unternehmenserfolg aus dem PIMS-Projekt	23
4. Der Beitrag qualitätsorientierter Produktpolitik zur Erreichung psychographischer Marketingziele.....	27
5. Entwurf eines Zielsystems für eine qualitätsorientierte Produktpolitik	30
5.1. Produktionswirtschaftliche Zielsetzungen	31
5.2. Marketingspezifische Zielsetzungen	37
5.3. Zielsystem qualitätsorientierter Produktpolitik.....	39
C. DIE KOMPONENTEN IM MARKETINGSYSTEM ALS URSACHE FÜR INFORMATIONSENSICHERHEITEN BEIM ENTWICKELNDEN UNTERNEHMEN	43
1. Die Elemente des Absatzmarktsystems als Ursachen für die Informationsunsicherheiten	49
1.1. Unsicherheiten aus dem Verhalten des Handels	50
1.1.1. Unsicherheiten hinsichtlich der Ziele des Handels.....	51
1.1.2. Unsicherheiten hinsichtlich des vom Handel gewählten Instrumentenmix	53
1.2. Unsicherheiten aus dem Verhalten der Wettbewerber	54
1.2.1. Unsicherheiten hinsichtlich der relevanten Wettbewerber und Wettbewerberziele	55
1.2.2. Unsicherheiten hinsichtlich der vom Wettbewerber gewählten Marktfeld- und Marktstimulierungsstrategie	58
1.2.3. Unsicherheiten hinsichtlich der vom Wettbewerber gewählten Markparzellierungs- und Marktarealstrategie.....	61
1.2.4. Unsicherheiten hinsichtlich des vom Wettbewerber gewählten Instrumenten-Mixes	62

1.3. Unsicherheiten aus den Veränderungen des Unternehmensumfeldes	63
1.3.1. Veränderungen im ökonomischen Umfeld	65
1.3.2. Veränderungen im soziokulturellen Umfeld	65
1.3.3. Veränderungen im technologischen Umfeld	67
1.3.4. Veränderungen im politischen Umfeld	69
1.3.5. Veränderungen im rechtlichen und ökologischen Umfeld	70
2. Das Verhalten potentieller Nachfrager als Ursache für Unsicherheiten im Rahmen einer qualitätsorientierten Produktpolitik	72
2.1. Aus dem Verhalten von organisationalen Nachfragern	73
2.1.1. Determinanten von organisationalen Beschaffungsentscheidungen	73
2.1.2. Ausgewählte Interaktionsmodelle zur Reduktion der Unsicherheiten im Rahmen organisationaler Beschaffungsentscheidungen	75
2.1.2.1. Dyadisch personale, dyadisch organisationale und multipersonale Ansätze	80
2.1.2.2. Das Interaktionsmodell der IMP-Group	81
2.2. Aus dem Kaufentscheidungsverhalten von privaten Nachfragern	85
2.2.1. Qualitätsurteile innerhalb von Kaufentscheidungsprozessen	85
2.2.1.1. Der risikothoretische Erklärungsansatz	86
2.2.1.2. Einstellungstheoretische Erklärungsansätze	95
2.2.2. Qualitätsbeurteilung in der Nachkaufphase	104
3. Zusammenfassung	111
D. DIE ERFASSUNG VON QUALITÄTSUNSICHERHEITEN IM NEUPRODUKTENTWICKLUNGSPROZESS	112
1. Ziele und Objekte von Neuproduktentwicklungsprozessen	112
1.1. Neuproduktentwicklung als programmpolitische Entscheidung	113
1.1.1. Programmpolitik bei gegebener Angebotsbreite	120
1.1.2. Programmpolitische Alternativen bei Veränderung der Angebotsbreite	121
1.1.2.1. Diversifikation	121
1.1.2.2. Produktdifferenzierung	123
1.1.2.3. Neuproduktentwicklung	124
1.2. Gestaltungselemente eines Produktes	125
1.2.1. Gestaltung der chemisch/technisch/ physikalischen Eigenschaften eines Produktes	126
1.2.2. Gestaltung des Produktäußeren	126
2. Die Nutzung von analytischen Instrumenten in klassischen Produktentwicklungsprozessen	128
2.1. Die Phasen in klassischen Produktentwicklungsprozessen	131
2.2. Der Einsatz analytischer Instrumente (Methoden) in klassischen Produktentwicklungsprozessen	134
2.3. Kritische Würdigung klassischer Produktentwicklungsprozesse	146
3. Der Einsatz analytischer Instrumente in integrierten Produktentwicklungsprozessen	147
3.1. Die Phasen in integrierten Produktentwicklungsprozessen	147
3.2. Der Einsatz analytischer Instrumente in integrierten Produktentwicklungsprozessen	149

4. Zusammenfassung.....	163
E. AUSGEWÄHLTE ANALYTISCHE INSTRUMENTE ZUR REDUKTION DER INFORMATIONSENSICHERHEIT IN PRODUKTENTWICKLUNGSPROZESSEN.....	165
1. Ausgewählte Qualitätssicherungsinstrumente (QS)	165
1.1. Die Taguchi-Methode.....	167
1.2. Die Methode Quality Function Deployment (QFD)	177
2. Ein ausgewähltes Qualitätsgestaltungsinstrument (QG): Die Methode Conjoint-Measurement.....	190
2.1. Einordnung der Methode Conjoint-Measurement	193
2.2. Formaltheoretische Grundlagen des Conjoint-Measurement	195
2.3. Ein Anwendungsbeispiel zum Conjoint-Measurement.....	197
2.4. Kritische Würdigung der Methode Conjoint-Measurement	216
F. EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG DES OBJEKTBEREICHES „INSTRUMENTALEINSATZES IM PRODUKTENTWICKLUNGSPROZEB“	218
1. Der Kontingenzansatz als Orientierungsrahmen für die empirische Erforschung des Instrumentaleinsatzes im Produktentwicklungsprozeß.....	218
1.1. Konzepte zur Messung des Unternehmenserfolgs.....	222
1.1.1. Messung des Unternehmenserfolgs mit dem Zielansatz und Operationalisierung der Variablen.....	222
1.1.2. Definition eines Meßkonzeptes für den Innovationserfolg und Operationalisierung der Variablen.....	227
1.1.3. Ökonomischer Unternehmenserfolg und Operationalisierung der verwendeten Variablen	228
1.2. Einsatz analytischer Instrumente und Unternehmenserfolg - Operationalisierung der Variablen und Formulierung von Hypothesen	229
1.2.1. Dimensionen des Instrumentaleinsatzes und Operationalisierung der verwendeten Variablen.....	231
1.2.1.1. Einsatzintensität.....	232
1.2.1.2. Art der eingesetzten Instrumente	233
1.2.1.3. Phasenbezogener Einsatz	240
1.2.1.4. Zufriedenheit mit den eingesetzten Instrumenten.....	244
1.2.2. Zusammenfassung.....	246
1.3. Interne Kontextvariablen und Unternehmenserfolg - Operationalisierung der Variablen und Formulierung von Hypothesen	246
1.3.1. Unternehmensgröße	247
1.3.2. Allgemeines Innovationsverhalten.....	248
1.3.3. Technologieorientierung als spezielle Ausprägung des Innovationsverhaltens	249
1.3.4. Personenbezogene Faktoren.....	249
1.3.5. Technologieintensität	250
1.3.6. Organisationsstruktur, Produktionstyp	251
1.4. Externe Kontextfaktoren und Unternehmenserfolg - Operationalisierung der Variablen und Formulierung von Hypothesen	251
1.4.1. Wettbewerbssituation	252
1.4.2. Allgemeine Marktsituation	255
2. Durchführung der empirischen Erhebung	257
2.1. Überblick über die Erhebungsmethodik.....	257

2.2. Durchführung der Fragebogenerhebung	259
2.2.1. Grundgesamtheit und Rücklaufquote	259
2.2.2. Struktur der Stichprobe	260
3. Auswertung des Datenmaterials und Ergebnisse	264
3.1. Clusteranalytische Gruppierung der Unternehmen über die ökonomischen Erfolgsgrößen	264
3.1.1. Voraussetzungen für die Anwendung der Clusteranalyse	264
3.1.2. Gruppierungsergebnisse	265
3.2. Beurteilung und Interpretation der Güte der Gruppierung mit Hilfe der Diskriminanzanalyse	271
3.2.1. Verfahrensgrundlagen für die Diskriminanzanalyse	271
3.2.2. Ergebnisse aus der Diskriminanzanalyse	275
3.2.3. Ökonomischer Unternehmenserfolg in den zwei Clustern	280
3.2.3.1. Clusterzugehörigkeit und Unternehmenserfolg	280
3.2.3.2. Branchenzugehörigkeit und Unternehmenserfolg	286
3.3. Evaluation von Determinanten für den Unternehmenserfolg	289
3.3.1. Einsatz analytischer Instrumente und Unternehmenserfolg	289
3.3.1.1. Einsatzintensität und Erfolg	289
3.3.1.2. Art der eingesetzten Instrumente und Erfolg	290
3.3.1.3. Art der eingesetzten Instrumente und die Erreichung von Effizienz- und Effektivitätszielen	297
3.3.1.4. Art der eingesetzten Instrumente und Innovationserfolg	300
3.3.1.5. Phasenbezogener Einsatz und Unternehmenserfolg	301
3.3.1.6. Zufriedenheit mit den eingesetzten Instrumenten und Unternehmenserfolg	304
3.3.1.7. Zusammenfassung der Ergebnisse	305
3.3.2. Die Wirkungen interner Kontextfaktoren auf den Unternehmenserfolg	307
3.3.2.1. Unternehmensgröße und Unternehmenserfolg	308
3.3.2.2. Allgemeines Innovationsverhalten und Unternehmenserfolg	308
3.3.2.3. Personenbezogene Faktoren und Unternehmenserfolg	309
3.3.2.4. Technologieintensität und Unternehmenserfolg	310
3.3.2.5. Organisationsstruktur, Produktionstyp und Unternehmenserfolg	311
3.3.2.6. Zusammenfassung der Ergebnisse	312
3.3.3. Die Wirkungen externer Kontextfaktoren auf den Unternehmenserfolg	314
3.3.3.1. Wettbewerbssituation, Innovationstyp und Unternehmenserfolg	314
3.3.3.2. Allgemeine Marktsituation und Unternehmenserfolg	315
3.3.3.3. Zusammenfassung der Ergebnisse	317
3.3.4. Bestimmung von Bedeutungsgewichten für die ermittelten Einflussfaktoren	318
G. LITERATURVERZEICHNIS	324
H. ANHANG: FRAGEBOGEN	345

II. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1:	Das 14 Punkte-Programm nach Deming.....	13
Abb. 2:	Fortschrittsspirale zur Qualitätsverbesserung nach JURAN	14
Abb. 3:	Hauptaufgaben der Qualitätssicherung nach FEIGENBAUM	16
Abb. 4:	Bausteine eines umfassenden Qualitätsmanagements.....	17
Abb. 5:	Struktur der PIMS-Datenbank.....	23
Abb. 6:	Einfluß der relativen Qualität auf ROI/ROS	25
Abb. 7:	Auswirkungen der relativen Qualität auf den Marktanteil	26
Abb. 8:	Qualitätsbezogene Dreieinigkei.....	31
Abb. 9:	Integriertes Zielsystem für eine qualitätsorientierte Produktpolitik.....	39
Abb. 10:	Traditionelle Sichtweise des Zusammenhangs zwischen Fehlervermeidung und Aufwendungen für Fehlervermeidungen.....	40
Abb. 11:	Sichtweise des Zusammenhangs zwischen Produktqualität und Qualitätskosten	41
Abb. 12:	Informationsbeschaffung durch das Unternehmen aus dem Marktsystem und Informationstransfer aus dem Unternehmen in das Marktsystem	46
Abb. 13:	Strukturelemente produktpolitischer Entscheidungen	48
Abb. 14:	Endogene und exogene Unsicherheiten als Ursachen für eine unsichere Marktreaktion	50
Abb. 15:	Quellen für Unsicherheiten aus dem Wettbewerberverhalten	55
Abb. 16:	Ansoff-Matrix.....	58
Abb. 17:	Strategisches Dreieck nach Ohmae	59
Abb. 18:	Umweltebenen nach KREILKAMP	64
Abb. 19:	Lebenszyklus einer Technologie	67
Abb. 20:	S-Kurven für Basis- und Schrittmachertechnologien.....	68
Abb. 21:	Determinanten des organisationalen Beschaffungsverhaltens	74
Abb. 22:	Interaktionsmodell der IMP-Group.....	82
Abb. 23:	Gleichrangige Betrachtung der Produktpolitik	114
Abb. 24:	Produktpolitik als Herz des Marketing	114
Abb. 25:	Erfolgswirkung von Entwicklungszeiten und Kosten	117
Abb. 26:	Die Gestaltungsparameter der Produktpolitik im Überblick.....	119
Abb. 27:	Morphologischer Kasten für eine Uhr	138
Abb. 28:	Morphologische Matrix für das Problem Kühlen im privaten Bereich	139
Abb. 29:	Problemtypen und ideale Kreativitätsmethoden	140
Abb. 30:	Beispiel für eine Wirtschaftlichkeitsanalyse: Das Break-Even-Diagramm.....	142
Abb. 31:	Hypothetisches Beispiel für einen Produktmarkttraum.....	152
Abb. 32:	Einsatzhäufigkeit ausgewählter Instrumente nach Specht/Schmelzer.....	161
Abb. 33:	Instrumente in klassischen und integrierten Produktentwicklungsprozessen	164

Abb. 34:	Vergleich zwischen der klassischen und Taguchis Denkweise.....	168
Abb. 35:	Funktionsverlauf und charakteristische Punkte einer LOSS-Funktion	171
Abb. 36:	Struktur des Houses of Quality.....	180
Abb. 37:	Berechnung von Absolutgewichten für technische Merkmale	188
Abb. 38:	Beispiel für die Berechnung von Absolutgewichten im House of Quality	189
Abb. 39:	Phasen im QFD-Prozeß	189
Abb. 40:	Einordnung des Conjoint Measurement in die multivariaten Datenanalyseverfahren.....	194
Abb. 41:	Beispiel für Merkmalsgewichte und Teilnutzenwerte.....	209
Abb. 42:	Allgemeine Darstellung des Kontingenzansatzes nach KIESER/KUBICEK.....	220
Abb. 43:	Strukturmodell für die empirische Erhebung.....	221
Abb. 44:	Hierarchie der verwendeten Erfolgsmaße	222
Abb. 45:	Einzelziele bei der Anwendung des Zielansatzes.....	223
Abb. 46:	Erfolgsindex nach RAFFÉE/FRITZ.....	224
Abb. 47:	Modifizierter Erfolgsindex für die empirische Erhebung	225
Abb. 48:	Definition der Innovationsrate nach BROCKHOFF	227
Abb. 49:	Formale Darstellung von Null- und Alternativhypothese.....	230
Abb. 50:	Dimensionen des Instrumentaleinsatzes	231
Abb. 51:	Operationalisierung der Ausprägungen der Instrumentaleinsatzintensität	232
Abb. 52:	Wirkung der Dimension Einsatzintensität auf den Unternehmenserfolg.....	232
Abb. 53:	Mittlere Einsatzintensität für alle Phasen und alle Instrumente	233
Abb. 54:	Mittlere Einsatzintensität für Qualitätsgestaltungsinstrumente über alle Phasen aggregiert	237
Abb. 55:	Wirkung der Dimension Instrumentenart auf den Unternehmenserfolg	237
Abb. 56:	Mittlere Einsatzintensität für Qualitätssicherungsinstrumente über alle Phasen aggregiert	238
Abb. 57:	Erfolgswirkung differenziert nach Instrumentenart und Erfolgsmaßen.....	240
Abb. 58:	Definition der phasenbezogenen Einsatzintensitäten.....	241
Abb. 59:	Operationalisierung des Phasenbezugs hinsichtlich der Einsatzintensitäten.....	241
Abb. 60:	Wirkung der Dimension 'phasenbezogene Einsatzintensität' auf den Unternehmenserfolg	242
Abb. 61:	Wirkung von Art- und phasenbezogener Einsatzintensität auf den Unternehmenserfolg	242
Abb. 62:	Wirkung von Sicherungsinstrumenten in den Phasen 6 und 7	243
Abb. 63:	Wirkung der Einsatzintensität auf die Zufriedenheit mit den Instrumenten.....	244
Abb. 64:	Definition der verschiedenen Zufriedenheitsindizes	245
Abb. 65:	Zusammenhang zwischen Einsatzintensität und Zufriedenheit bei den Gestaltungsinstrumenten.....	245
Abb. 66:	Kontextfaktor Unternehmensgröße und Erfolg	248

Abb. 67:	Operationalisierung des Indikators Unternehmensgröße	248
Abb. 68:	Operationalisierung von Indikatoren zur Messung des allgemeinen Innovationsverhaltens, der Teamfähigkeit und des vorherrschenden Kommunikationsstils	250
Abb. 69:	Operationalisierung des Indikators Technologieintensität	250
Abb. 70:	Operationalisierung der Indikatoren Produktionstyp und Organisationsstruktur	251
Abb. 71:	Indikatoren zur Beschreibung der Wettbewerbssituation	252
Abb. 72:	Beispiel für einen Produkt- und Marktlebenszyklus	253
Abb. 73:	Operationalisierung der Indikatoren Anzahl und Aggressivität der Wettbewerber	255
Abb. 74:	Definition von Indikatoren für den Kontextfaktor allgemeine Marktsituation	255
Abb. 75:	Operationalisierung für den Indikator volumenmäßiger Reifegrad	256
Abb. 76:	Operationalisierung für den Indikator Marktzersplitterung	257
Abb. 77:	Gesamtkonzeption für die empirische Erhebung	258
Abb. 78:	Statistische Kenngrößen, Korrelationen und Signifikanzen für die drei Clustervariablen	265
Abb. 79:	Ergebnisdendrogramm zur Erfolgsclusterung der beteiligten Unternehmen	269
Abb. 80:	Elbowkriterium nach dem Ward-Verfahren	269
Abb. 81:	Diskriminanzvariable als Linearkombination der Merkmalsvariablen	273
Abb. 82:	Formale Darstellung des Diskriminationskriteriums	273
Abb. 83:	Formale Darstellung von Wilk's Lambda	274
Abb. 84:	Definition für den Kanonischen Korrelationskoeffizienten	276
Abb. 85:	Darstellung des quadrierten Kanonischen Korrelationskoeffizienten	276
Abb. 86:	Zusammenhang zwischen Wilk's Lambda und Kanonischem Korrelationskoeffizienten	276
Abb. 87:	Bestimmung der Trennstärke für die einzelnen Erfolgsmaße	277
Abb. 88:	Standardisierte Diskriminationskoeffizienten für die verwendeten Indikatoren	278
Abb. 89:	Klassifizierungsergebnisse für einige ausgewählte Objekte	278
Abb. 90:	Histogramm für die berechnete Diskriminanzfunktion	279
Abb. 91:	Mittelwertprofile für die berechneten Cluster 1 und 2	281
Abb. 92:	Beispiel für die Berechnung der t-verteilten Testgröße t	283
Abb. 93:	Ergebnistableau für beide Erfolgsgruppen hinsichtlich des Indikators Deckungsbeitragswachstum	284
Abb. 94:	Ergebnistableau für beide Erfolgsgruppen hinsichtlich des Indikators Umsatzwachstum	285
Abb. 95:	Ergebnistableau für beide Erfolgsgruppen hinsichtlich des Indikators Marktanteilswachstum	285

Abb. 96:	Ergebnistableau für den t-Test zur Überprüfung der Wirkungen der Einsatzintensität von analytischen Instrumenten auf den Unternehmenserfolg	290
Abb. 97:	Ergebnistableau für den t-Test zu den Auswirkungen einer höheren Einsatzintensität bei den Qualitätsgestaltungsinstrumenten auf den Unternehmenserfolg	291
Abb. 98:	Ergebnistableau für den t-Test bei abhängigen Stichproben für die Überprüfung der Gesamteinsatzintensitäten bei Qualitätssicherungs- und Qualitätsgestaltungsinstrumenten	292
Abb. 99:	Ergebnistableau für den t-Test zur Einsatzintensität bezüglich der Qualitätssicherungsinstrumente in den beiden Erfolgsgruppen	293
Abb. 100:	Gesamtüberblick über Einsatzintensitäten bei den analytischen Instrumenten in beiden Erfolgsgruppen.....	295
Abb. 101:	Definition von Indikatoren für die Messung der Zielerreichungsgrade bei den Effektivitäts- und Effizienzzielen	298
Abb. 102:	Ergebnistableau zum Zusammenhang zwischen Erfolg und Zielerreichung bei den Effektivitätszielen	298
Abb. 103:	Ergebnistableau zum Zusammenhang zwischen dem Unternehmenserfolg und den Zielerreichungsgraden bei den Effizienzzielen.....	299
Abb. 104:	Ergebnistableau zum Unterschied zwischen den Zielerreichungsgraden bei Effektivitäts- und Effizienzzielen für erfolgreiche Unternehmen.....	300
Abb. 105:	Ergebnistableau zum Zusammenhang zwischen dem ökonomischen Unternehmenserfolg und dem Innovationserfolg.....	301
Abb. 106:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Einsatzintensität in den frühen Phasen des Produktentwicklungsprozesses und dem Unternehmenserfolg.....	302
Abb. 107:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Einsatzintensität Gestaltungsinstrumente in den frühen Phasen und dem Unternehmenserfolg	302
Abb. 108:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Einsatzintensität Sicherungsinstrumente in den Phasen 6 und 7 und dem Unternehmenserfolg	303
Abb. 109:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Zufriedenheit mit dem Einsatz der Instrumente und einer höheren Einsatzintensität.....	304
Abb. 110:	Deskriptive Statistiken zur Zufriedenheit mit dem Einsatz der Instrumente	305
Abb. 111:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Zufriedenheit mit dem Einsatz der Qualitätsgestaltungsinstrumente und dem Erfolg	305
Abb. 112:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Unternehmensgröße und dem Unternehmenserfolg	308
Abb. 113:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen dem allgemeinen Innovationsverhalten und dem Unternehmenserfolg.....	309
Abb. 114:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Teamfähigkeit der Mitarbeiter und dem Unternehmenserfolg	310

Abb. 115:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen dem Kommunikationsverhalten der Mitarbeiter und dem Unternehmenserfolg.....	310
Abb. 116:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Technologieintensität und dem Unternehmenserfolg	311
Abb. 117:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Technologieintensität im Vergleich zum Branchendurchschnitt und dem Unternehmenserfolg	311
Abb. 118:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Organisationsform in der F&E-Abteilung und dem Unternehmenserfolg.....	312
Abb. 119:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen vorherrschendem Produktionstyp und dem Unternehmenserfolg	312
Abb. 120:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Wettbewerberanzahl und dem Unternehmenserfolg	314
Abb. 121:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen dem Strategiestil der Wettbewerber und dem Unternehmenserfolg.....	315
Abb. 122:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen volumenmäßigem Reifegrad und dem Unternehmenserfolg	316
Abb. 123:	Ergebnistableau zur Überprüfung des Zusammenhangs zwischen dem Grad der Marktzersplitterung und dem Unternehmenserfolg	316
Abb. 124:	Ergebnistableau zur Überprüfung der Trennstärke für die ermittelten Einflussfaktoren im Rahmen der stufenweisen Diskriminanzanalyse	320
Abb. 125:	Ergebnistableau für die Kennwerte der berechneten Kanonischen Diskriminanzfunktion.....	321
Abb. 126:	Ergebnistableau für die Rangfolge der standardisierten Diskriminationskoeffizienten bei den betrachteten Einflussfaktoren	322
Abb. 127:	Matrix für die Klassifikation über die erfolgsbestimmenden Faktoren	323

III. TABELLENVERZEICHNIS

<i>Tabelle 1:</i>	Synopse ausgewählter empirischer Erhebungen im Rahmen der Erfolgsfaktorenforschung.....	19
<i>Tabelle 2:</i>	Divergierende Zielsetzungen zwischen Hersteller und Handel im Rahmen der Produktpolitik	52
<i>Tabelle 3:</i>	Systematisierung der Interaktionsansätze im Investitionsgütermarketing.....	80
<i>Tabelle 4:</i>	Vergleich von unterschiedlichen Operationalisierungen bei den Modellkomponenten	102
<i>Tabelle 5:</i>	Klassisches Phasenmodell nach Nieschlag/Dichtl/Hörschgen.....	132
<i>Tabelle 6:</i>	Analytische Verfahren in klassischen Produktentwicklungsprozessen	135
<i>Tabelle 7:</i>	Qualitätssicherungsinstrumente im Rahmen der empirischen Erhebung und einführende Literatur.....	166
<i>Tabelle 8:</i>	Qualitätsgestaltungsinstrumente und einführende Literatur	191
<i>Tabelle 9:</i>	Ausprägungsstufen für die hypothetischen Produkte im Beispiel.....	202
<i>Tabelle 10:</i>	Beispiel für eine Trade-off-Matrix.....	205
<i>Tabelle 11:</i>	Beispiele für Stimuli nach der Full-Profile-Methode.....	205
<i>Tabelle 12:</i>	Übersicht über Schätzverfahren bei unterschiedlichem Skalenniveau.....	208
<i>Tabelle 13:</i>	Einzel- und Gesamtnutzenwerte für die beiden Beispielstimuli	210
<i>Tabelle 14:</i>	Bestimmung des Ideal-Produktes aus den meistpräferierten Merkmalsausprägungen	211
<i>Tabelle 15:</i>	Normierungsschritte nach dem von Thomas 1983 vorgeschlagenen Verfahren	215
<i>Tabelle 16:</i>	Multiplikationsmatrix für den modifizierten Erfolgsindikator nach dem Zielansatz	224
<i>Tabelle 17:</i>	Operationalisierung der Variablen für den Zielansatz.....	227
<i>Tabelle 18:</i>	Operationalisierung der Variablen zur Bestimmung der Innovationsrate	228
<i>Tabelle 19:</i>	Operationalisierung der ökonomischen Erfolgsgrößen	229
<i>Tabelle 20:</i>	Qualitätsgestaltungsinstrumente im Rahmen der empirischen Erhebung.....	235
<i>Tabelle 21:</i>	Qualitätssicherungsinstrumente im Rahmen der empirischen Erhebung.....	236
<i>Tabelle 22:</i>	Operationalisierung des Indikators Einsatzzufriedenheit.....	244
<i>Tabelle 23:</i>	Zusammensetzung der Stichprobe und des Rücklaufs	260
<i>Tabelle 24:</i>	Strukturmerkmale für die Unternehmensstichprobe	263
<i>Tabelle 25:</i>	Agglomeration-Scheduling-Tabelle beim Ward-Verfahren	270
<i>Tabelle 26:</i>	Kennwerte für die ermittelte Diskriminanzfunktion über die ökonomischen Erfolgsindikatoren.....	275
<i>Tabelle 27:</i>	Klassifikationsmatrix für die Ergebnisse aus der Clusteranalyse nach ökonomischen Erfolgsindikatoren.....	279
<i>Tabelle 28:</i>	Wertetabelle (Mittelwerte) für Cluster 1 und 2	281
<i>Tabelle 29:</i>	Kennzeichnung der verwendeten Signifikanzniveaus	284
<i>Tabelle 30:</i>	Kreuztabelle für den Zusammenhang zwischen Branche und Clusterzugehörigkeit.....	288

<i>Tabelle 31:</i> Mittelwerte für Einsatzintensitäten für alle Instrumente	296
<i>Tabelle 32:</i> Zusammenfassung der Ergebnisse aus den Hypothesentests zu den Wirkungen der Dimensionen des Instrumentaleinsatzes auf den Unternehmenserfolg	306
<i>Tabelle 33:</i> Zusammenfassung der Ergebnisse aus den Hypothesentests zu den Wirkungen der internen Kontextfaktoren auf den Unternehmenserfolg	313
<i>Tabelle 34:</i> Zusammenfassung der Ergebnisse aus den Hypothesentests zu den Wirkungen der externen Kontextfaktoren auf den Unternehmenserfolg	318
<i>Tabelle 35:</i> Einflußfaktoren als Input für die Diskriminanzanalyse zur Ermittlung der Diskriminationskraft	319
<i>Tabelle 36:</i> Reduktion von Wilk's Lambda durch die Aufnahme zusätzlicher Variablen.....	320